

# Tri-Stage

株式会社トリスステージ

**2012年2月期第2四半期  
決算説明資料**

**2011年10月4日**

証券コード: 2178

URL <http://www.tri-stage.jp/>

## 第2四半期実績は、業績予想に対し、 若干の遅れは見られるがほぼ想定通りの進捗

### 1章 2012年2月期第2四半期実績

売上高は、市場環境の悪化により減少  
営業利益は、販管費増加により、前年同期比減益

売上高8,966百万円(前年同期比4.4%減) 営業利益593百万円(同8.7%減)

### 2章 2012年2月期上半期進捗状況及び通期見通し

売上高、営業利益ともに若干の遅れは見られるがほぼ想定通りの進捗

売上高進捗率97.8%・営業利益進捗率97.0%

### 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

中期事業戦略に変更はなし。  
既存事業の拡大に加え、新規事業への取組も始め、さらなる事業拡大を目指す。  
株主への利益還元、機動的な資本政策の遂行及び企業価値の向上を目的として  
自己株式の取得を決定。

## 1章 2012年2月期第2四半期実績

## 2章 2012年2月期上半期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

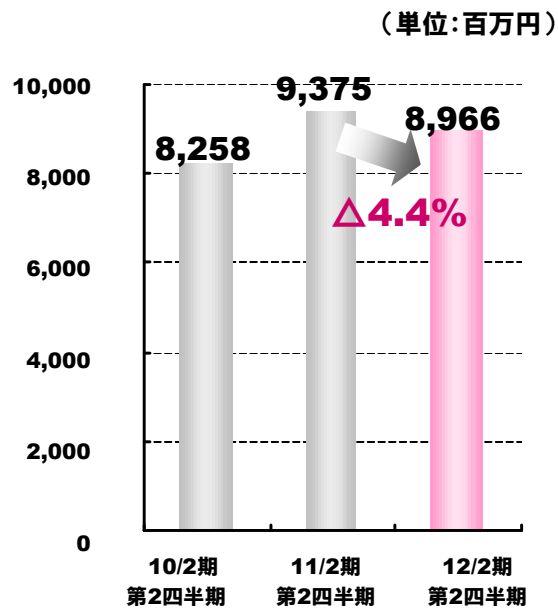
## 参考資料

# 業績サマリー①

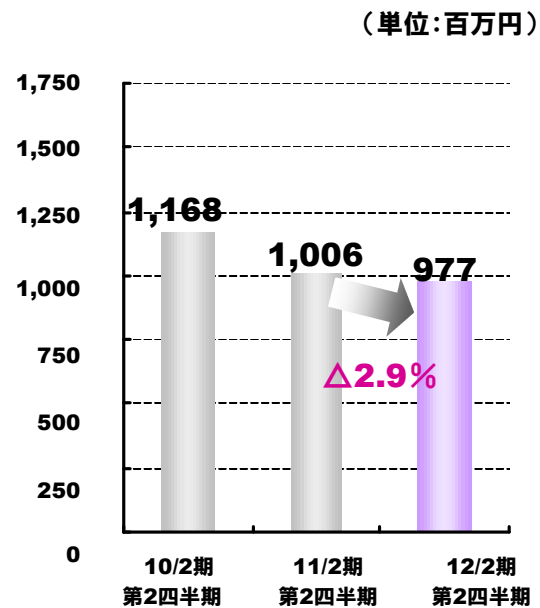


## 売上高前年同期比4.4%減、売上総利益同2.9%減、営業利益同8.7%減

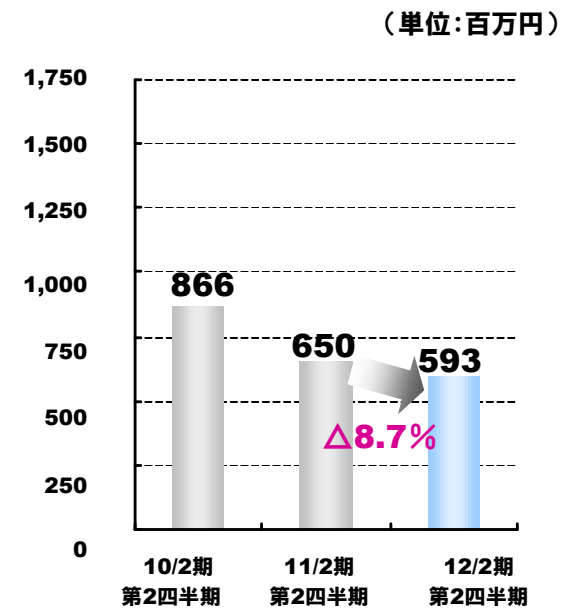
### 売上高



### 売上総利益



### 営業利益



## 業績サマリー②

売上高前年同期比4.4%減、売上総利益同2.9%減、営業利益同8.7%減

(単位:百万円)

	11/2期 第2四半期 (実績)	12/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,375	8,966	△ 408	△4.4%
売上原価 (売上比)	8,369 (89.3%)	7,989 (89.1%)	△ 379	△4.5%
売上総利益 (売上比)	1,006 (10.7%)	977 (10.9%)	△ 28	△2.9%
販管費 (売上比)	355 (3.8%)	383 (4.3%)	+27	+7.7%
営業利益 (売上比)	650 (6.9%)	593 (6.6%)	△ 56	△8.7%
経常利益 (売上比)	652 (7.0%)	596 (6.6%)	△ 56	△8.7%
当期純利益 (売上比)	384 (4.1%)	352 (3.9%)	△ 31	△8.2%

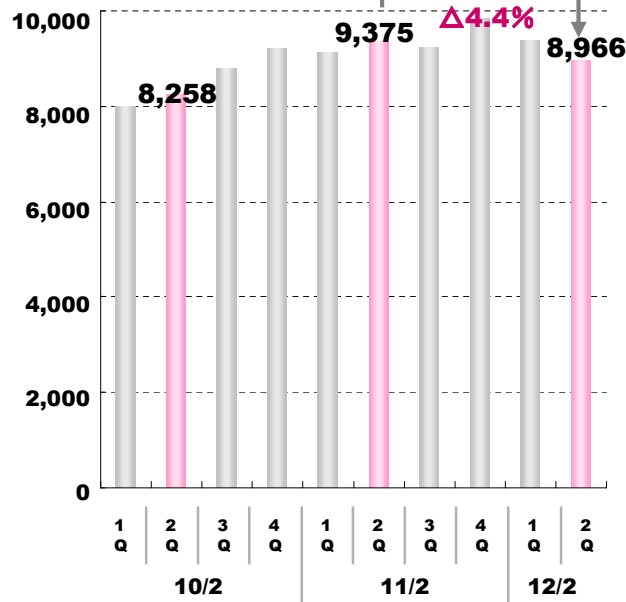
# 四半期毎の業績推移



売上高前年同期比4.4%減、売上総利益同2.9%減、営業利益同8.7%減

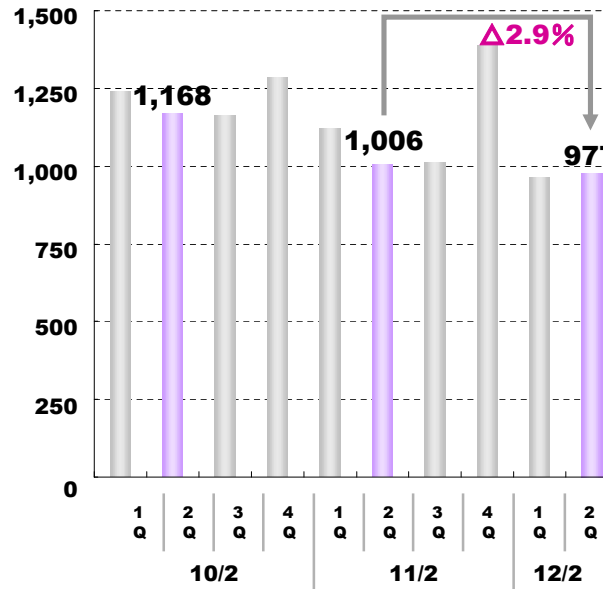
## 売上高

(単位:百万円)



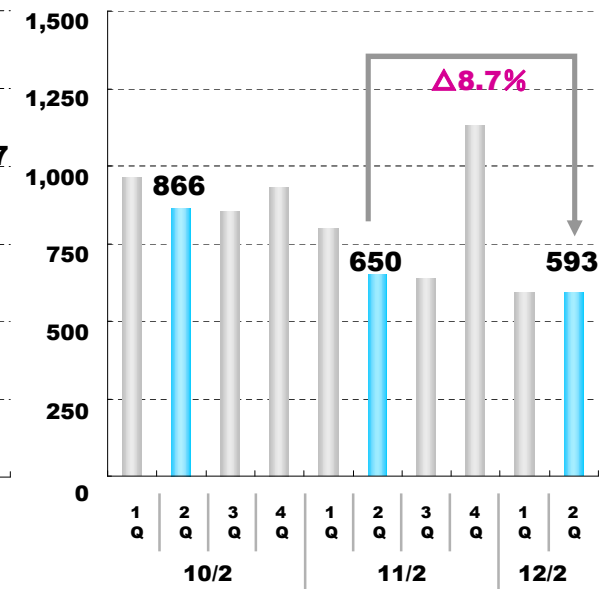
## 売上総利益

(単位:百万円)



## 営業利益

(単位:百万円)



(単位:百万円)

	10/2期				11/2期				12/2期	
	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期
売上高	8,000	8,258	8,785	9,208	9,137	9,375	9,230	9,829	9,381	8,966
売上総利益	1,240	1,168	1,163	1,284	1,119	1,006	1,012	1,387	963	977
営業利益	964	866	853	934	798	650	639	1,131	591	593
売上総利益率	15.5%	14.1%	13.2%	13.9%	12.3%	10.7%	11.0%	14.1%	10.3%	10.9%
営業利益率	12.1%	10.5%	9.7%	10.1%	8.7%	6.9%	6.9%	11.5%	6.3%	6.6%

## 売上高

売上高は、震災の影響、デフレ等による市場環境の悪化により減少  
ただし、新たな業種も含め新規顧客企業が台頭

(単位:百万円)

	11/2期 第2四半期 (実績)	12/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
売上高	9,375	8,966	△ 408	△ 4.4%
ソリューション売上 (売上比)	9,294 (99.1%)	8,894 (99.2%)	△ 399	△ 4.3%
商品売上 (売上比)	80 (0.9%)	71 (0.8%)	△ 9	△ 11.2%

# 売上原価 売上総利益



売上原価は、仕入環境の悪化及び  
顧客ニーズに合わせた仕入ができなかったため減少  
売上総利益は、前年同期比ほぼ横ばい

(単位:百万円)

	11/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	12/2期 第2四半期 (実績)	原価 構成比	差額	増減率
売上原価合計 (売上比)	8,369 (89.3%)	100.0%	7,989 (89.1%)	100.0%	△ 379	△4.5%
媒体費(メディア仕入) (売上比)	7,295 (77.8%)	87.2%	6,775 (75.6%)	84.8%	△ 519	△7.1%
テレビ番組 (売上比)	4,943 (52.7%)	59.1%	4,793 (53.5%)	60.0%	△ 149	△3.0%
テレビCM (売上比)	2,076 (22.1%)	24.8%	1,794 (20.0%)	22.5%	△ 281	△13.6%
その他 (売上比)	276 (2.9%)	3.3%	187 (2.1%)	2.4%	△ 88	△31.9%
外注費 (売上比)	1,002 (10.7%)	12.0%	1,149 (12.8%)	14.4%	+146	+14.7%
商品原価 (売上比)	71 (0.8%)	0.8%	63 (0.7%)	0.8%	△ 7	△10.0%
売上総利益 (売上比)	1,006 (10.7%)		977 (10.9%)		△ 28	△2.9%

仕入環境の悪化及び  
顧客ニーズに  
合わせた仕入が  
できなかったこと  
により減少

コールセンター  
オペレーション等  
の取扱増加

# 販管費 営業利益



**販管費は、前年同期比7.7%増**  
**人員採用を引続き積極的に実施し、正社員数は同25.0%増**

(単位:百万円)

	11/2期 第2四半期 (実績)	12/2期 第2四半期 (実績)	差額	増減率
<b>販管費</b>	<b>355</b>	<b>383</b>	<b>+27</b>	<b>+7.7%</b>
(売上比)	(3.8%)	(4.3%)		
<b>人件費</b>	<b>190</b>	<b>222</b>	<b>+31</b>	<b>+16.6%</b>
(売上比)	(2.0%)	(2.5%)		
<b>減価償却費</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>+0</b>	<b>+9.7%</b>
(売上比)	(0.1%)	(0.1%)		
<b>その他</b>	<b>155</b>	<b>150</b>	<b>△ 5</b>	<b>△ 3.2%</b>
(売上比)	(1.7%)	(1.7%)		
<b>営業利益</b>	<b>650</b>	<b>593</b>	<b>△ 56</b>	<b>△ 8.7%</b>
(売上比)	(6.9%)	(6.6%)		

正社員の増加  
 +21名  
 (中途社員14名、  
 新卒7名)

<b>第2四半期末 従業員数</b>	<b>84名</b>	<b>105名</b>	<b>+21名</b>	<b>+25.0%</b>
--------------------	------------	-------------	-------------	---------------

# 財務状況

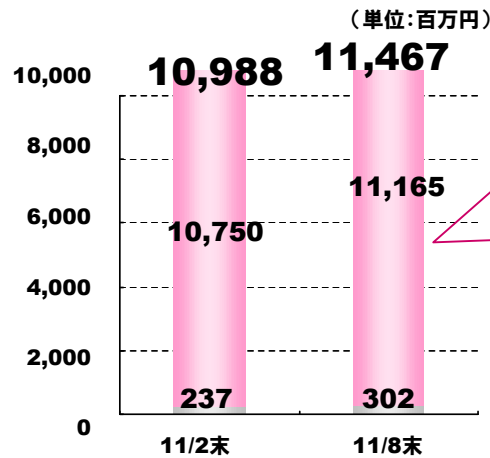


## 引き続き、盤石な財務基盤を維持

### 貸借対照表

#### 資産

■ 流動資産 ■ 固定資産

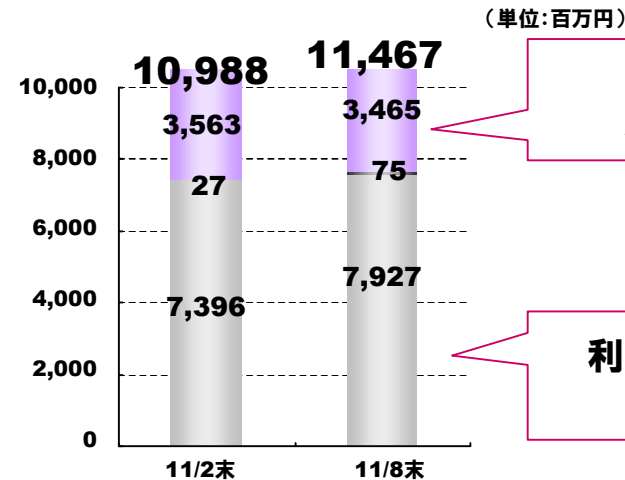


現金及び預金の増加  
+370百万円

売掛金の減少  
△7百万円

#### 負債・純資産

■ 流動負債 ■ 固定負債 ■ 純資産



買掛金の減少  
△102百万円

利益剰余金の増加  
+529百万円

### キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	11/2期 上半期 (実績)	12/2期 上半期 (実績)
営業キャッシュフロー	294	565
投資キャッシュフロー	△1,473	△496
財務キャッシュフロー	5	△148
現金及び現金同等物期末残高	2,116	1,031

税引前四半期純利益計上 1,154百万円  
仕入債務の減少 △102百万円  
売上債権の減少 7百万円  
法人税等の支払 △529百万円

配当金の支払 △149百万円

## 1章 2012年2月期第2四半期実績

## 2章 2012年2月期上半期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

# 上半期業績予想達成率及び通期進捗率

## 業績予想に対し、若干の遅れは見られるものの ほぼ想定通りの進捗状況

(単位:百万円)

	12/2期 上半期 (予)	12/2期 上半期 (実績)	差額	12/2期 上半期 達成率	12/2期 通期 (予)	12/2期 通期 進捗率
売上高	18,760	18,347	△ 412	97.8%	40,102	45.8%
営業利益 (売上比)	1,222 (6.5%)	1,185 (6.5%)	△ 36	97.0%	3,018 (7.5%)	39.3%
経常利益 (売上比)	1,222 (6.5%)	1,189 (6.5%)	△ 32	97.3%	3,018 (7.5%)	39.4%
当期純利益 (売上比)	684 (3.7%)	679 (3.7%)	△ 4	99.3%	1,726 (4.3%)	39.4%

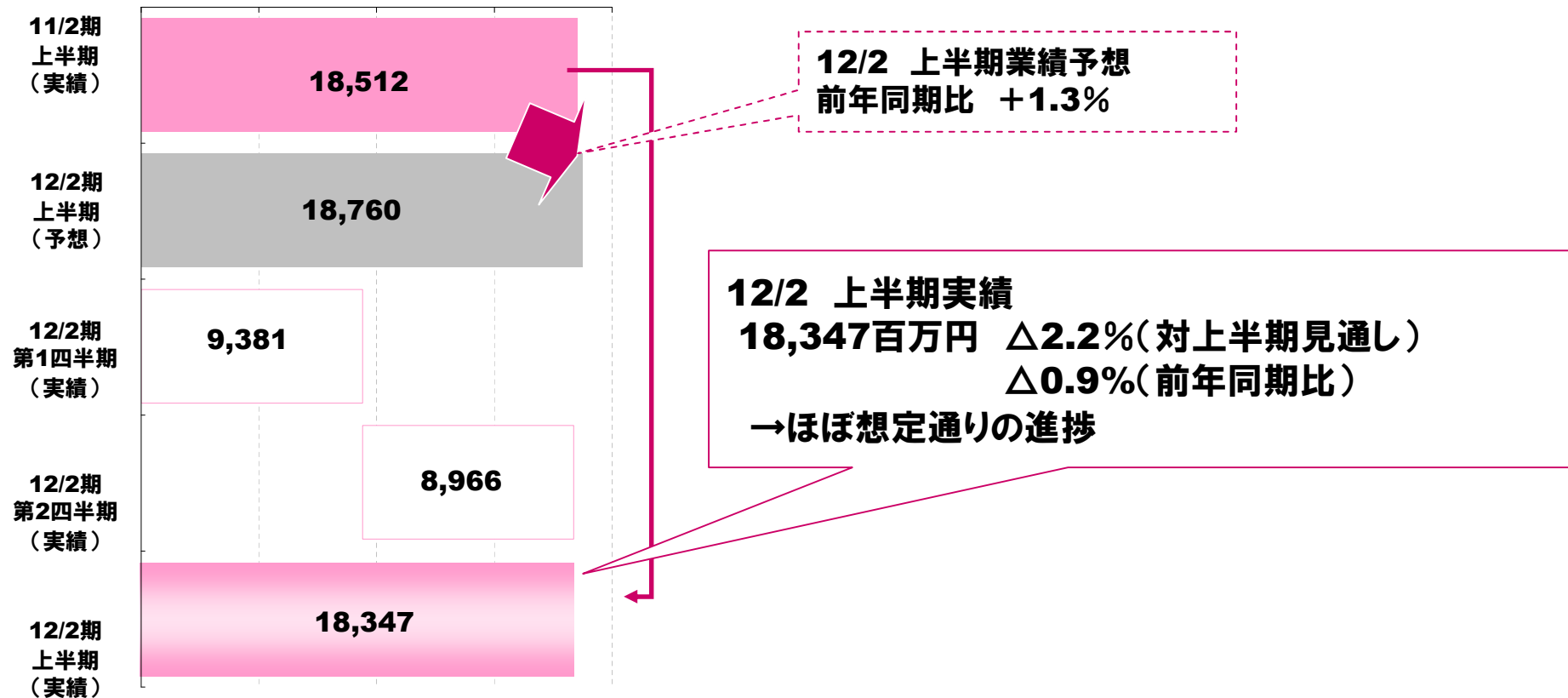
# 上半期売上高サマリー（対業績予想）



## 売上高は業績予想に2.2%未達

### 売上高

(単位:百万円)



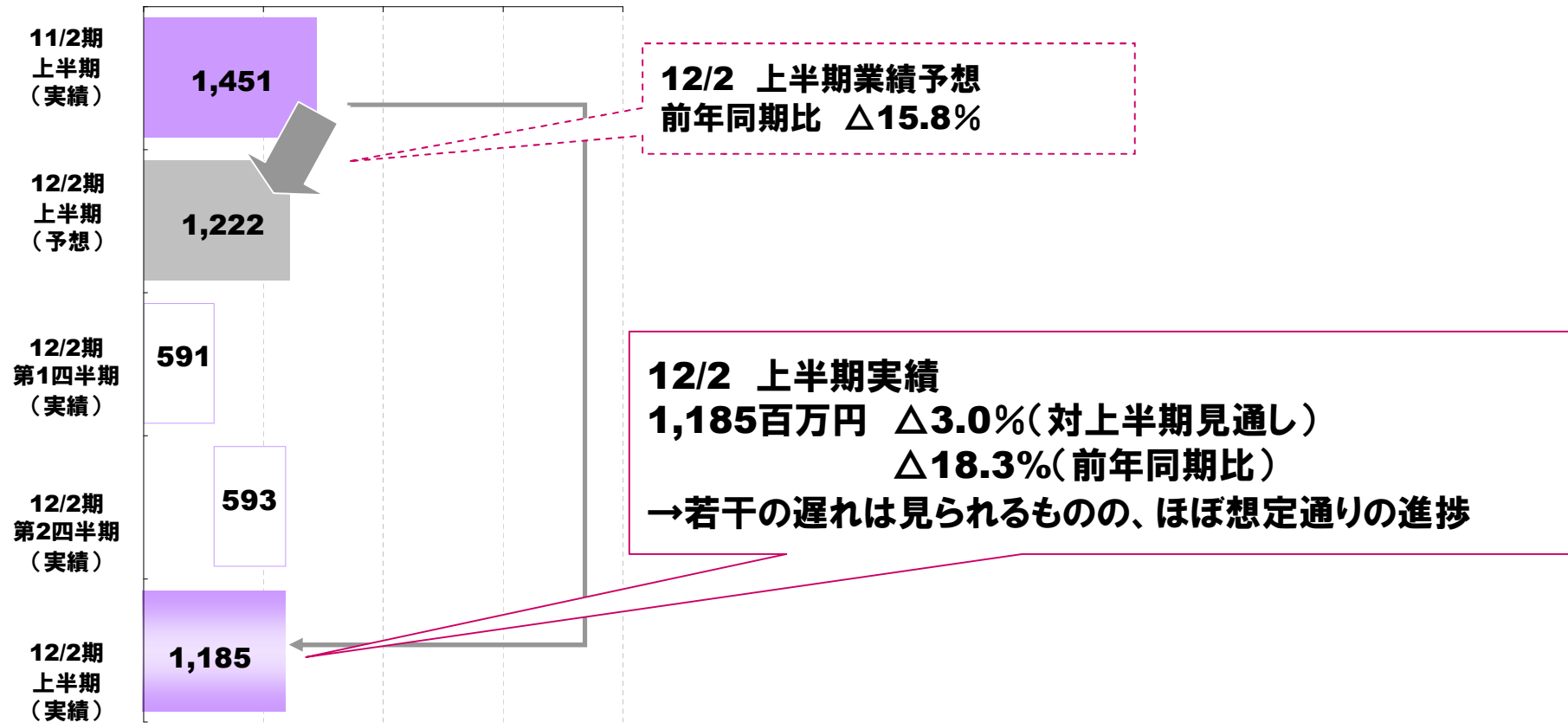
# 上半期営業利益サマリー(対業績予想)



営業利益は、売上高減少及び販管費増加により3.0%未達

## 営業利益

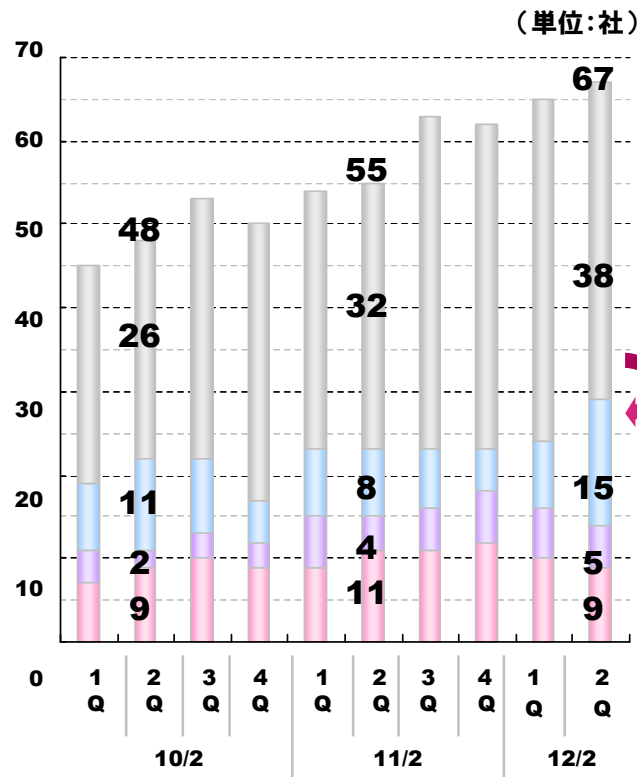
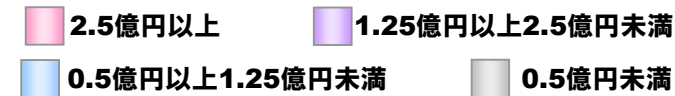
(単位:百万円)



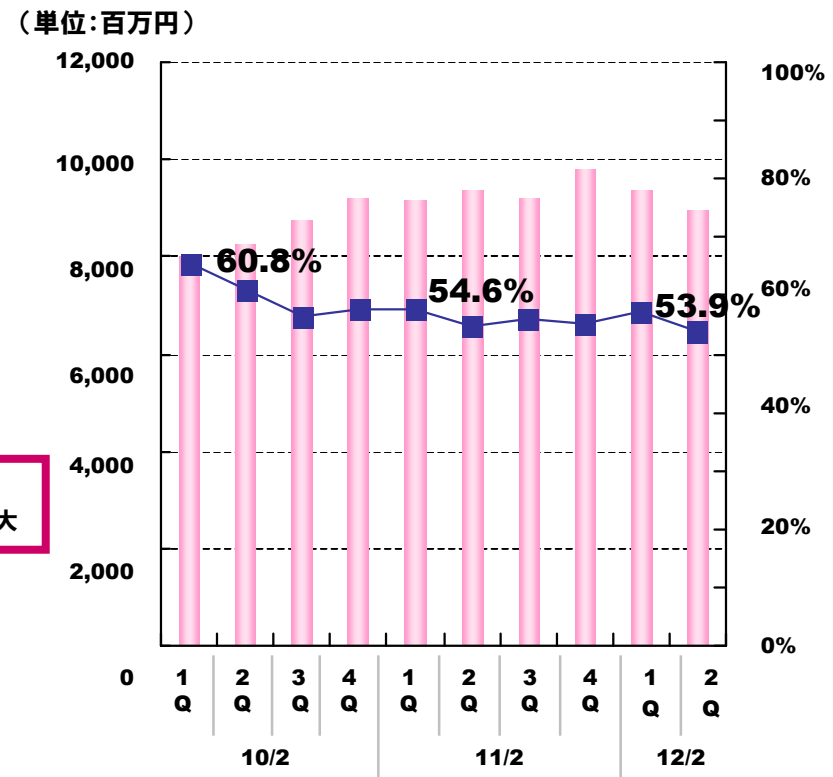
# 顧客企業の動向

**顧客企業の媒体出稿意欲は引き続き堅調**  
**新しい業種への積極的な取組により、新規顧客企業数が着実に増加**  
**売上上位5社シェアは前年同期比減**

売上規模別顧客企業数



売上上位5社シェア



# メディア仕入の動向

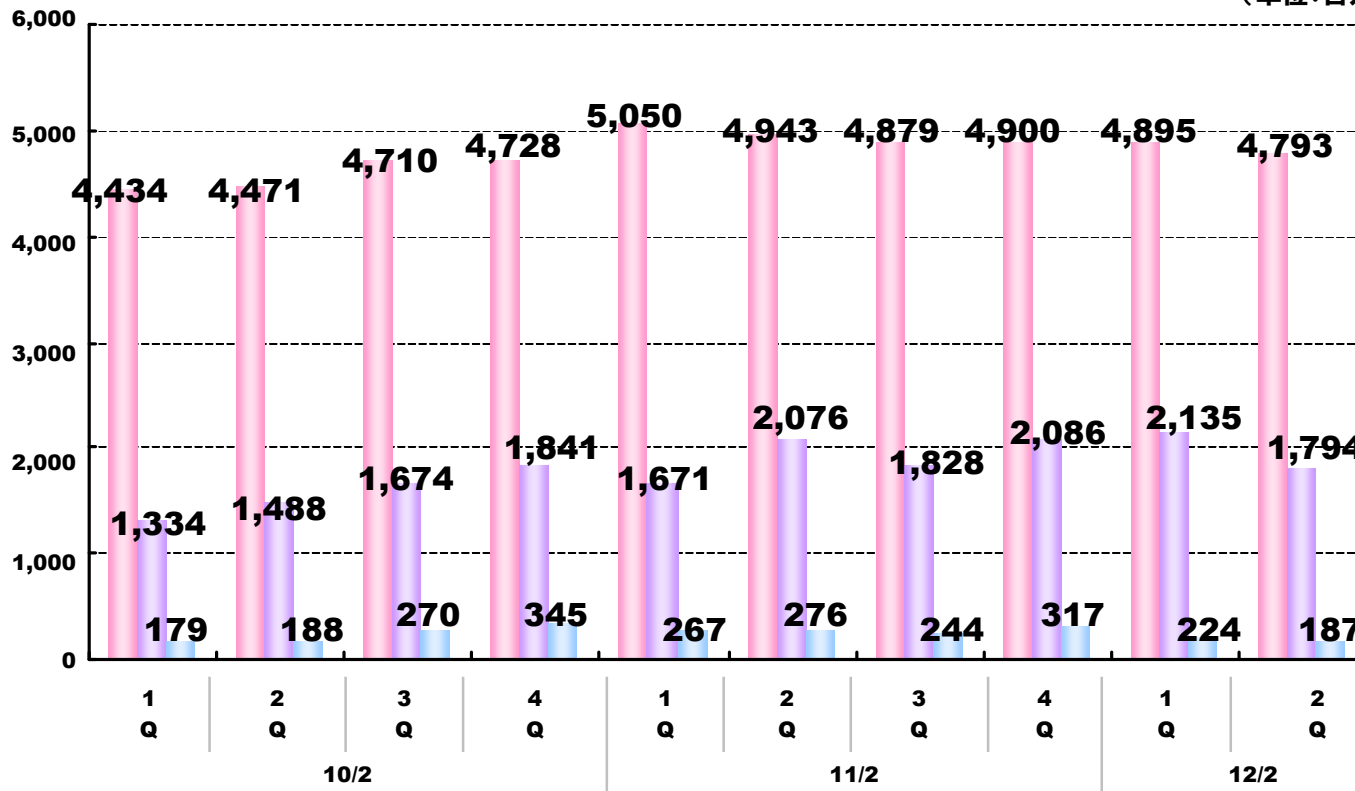


メディア仕入は、仕入環境の悪化及び顧客ニーズに合わせた仕入ができなかったため減少  
 しかし、顧客のテレビを中心としたメディアへのニーズは引き続き強いいため、顧客ニーズに合わせたメディア仕入を積極的に検討していく

## メディア仕入推移

テレビ番組    テレビCM    その他メディア

(単位:百万円)



## 1章 2012年2月期第2四半期実績

## 2章 2012年2月期上半期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

# 経営方針と中期事業戦略

## 経営方針の下 2010年2月期からを第2フェーズと位置づけ事業展開 戦略に変更なし

### <経営方針>

ダイレクトマーケティング支援事業における圧倒的No.1地位の確保  
ダイレクトマーケティング市場全体への事業進出

### <中期事業戦略>

#### 第1フェーズ

- 事業概要の確立
- 信用力、知名度の拡充

#### 第2フェーズ

- 既存事業の拡大への取組
- ソリューションサービスの強化
- クロスメディア展開の推進

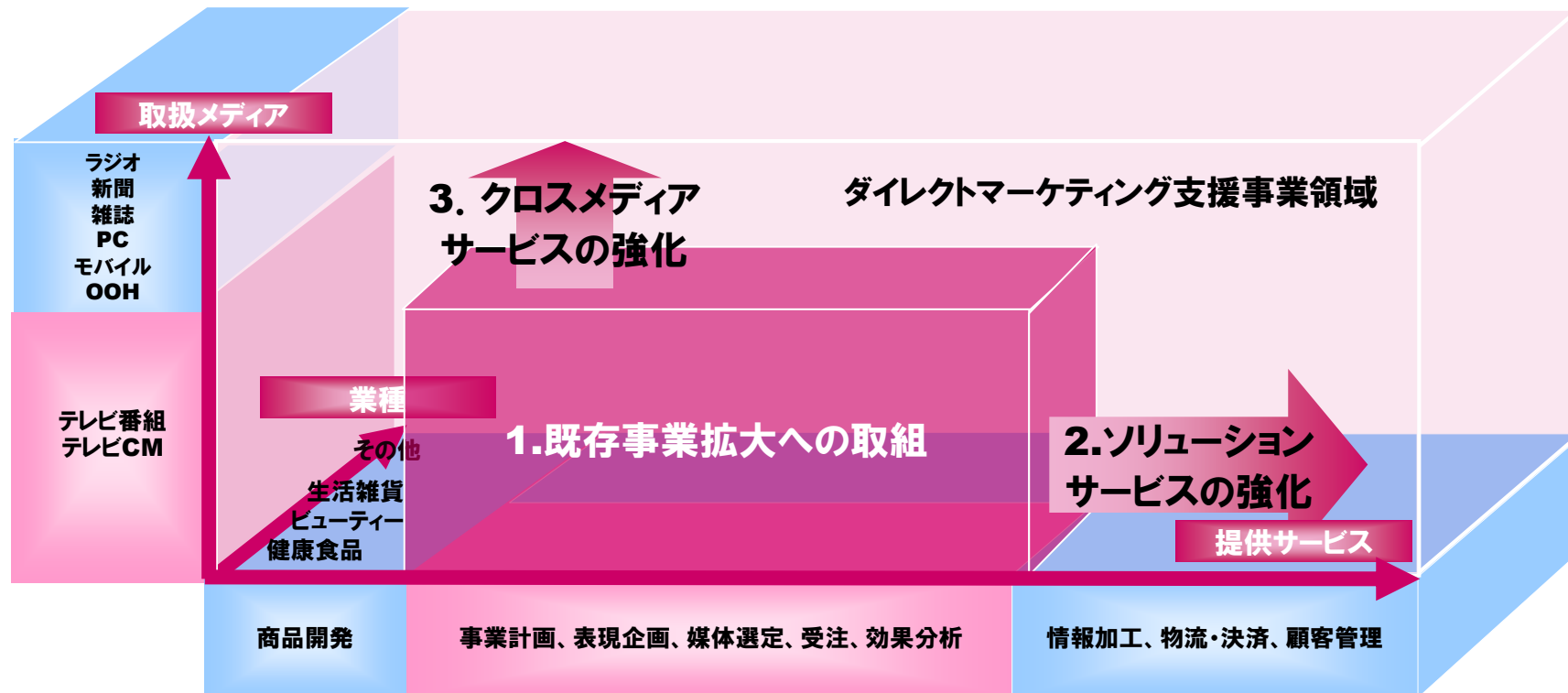
#### 第3フェーズ

- 消費者向け事業への取り組みに着手
- 海外でのダイレクトマーケティング支援サービス展開を検討

## 第2フェーズの戦略

今期も引き続き中期事業戦略第2フェーズを中心と位置づけ事業展開する  
第2フェーズにおいては テレビ通販支援を中心とした既存事業の拡大  
及びダイレクトマーケティング支援の事業領域を拡大し  
ダイレクトマーケティング支援において圧倒的No.1の確保を目指す

### 第2フェーズの戦略概念図



## 既存事業の拡大及び新規事業への取組

### 既存事業拡大への取組

新しい業種(会員獲得型サービス等)  
への積極的な取組を開始

### クロスメディアサービスの強化

- ①インターネット(ランディングページ)、ナマコマへの取組
- ②ラジオ、新聞、折込の強化

### ソリューションサービスの強化

- ①受注、効果分析ツールの運用開始
- ②CRMサービスのテストラン開始

### 海外での ダイレクトマーケティング 支援サービス展開開始

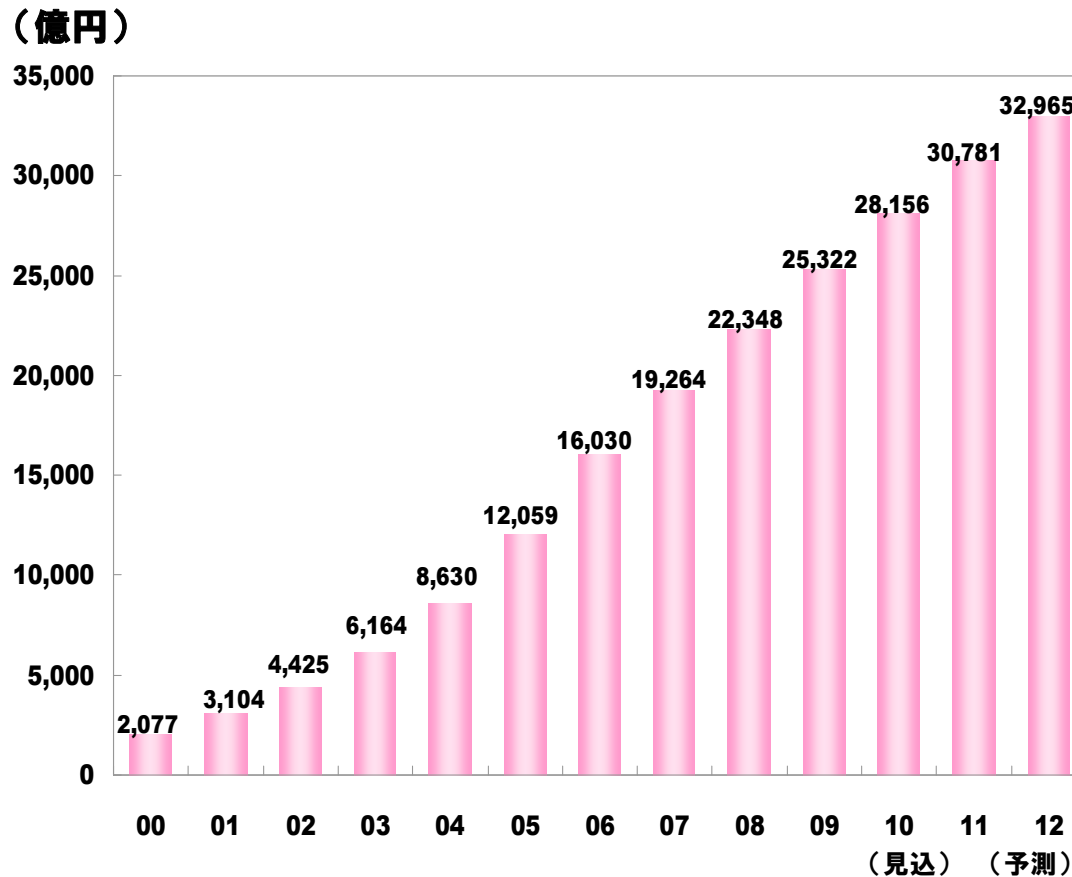
案件ベースで海外での  
ダイレクトマーケティング支援サービス  
を開始

# インターネット通販市場およびSNS市場の動向

## インターネット通販市場

2011年度のインターネット通販市場は3兆円を突破する予測

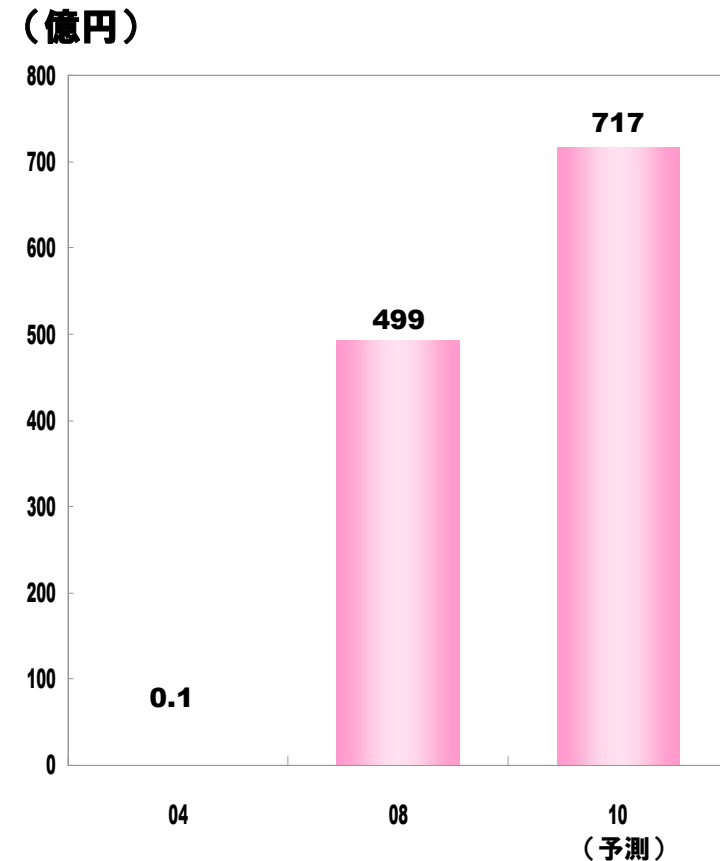
右肩上がりの拡大基調が続くと予想される。



出所: 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2010-2011 市場編」  
2010年11月 株式会社富士経済

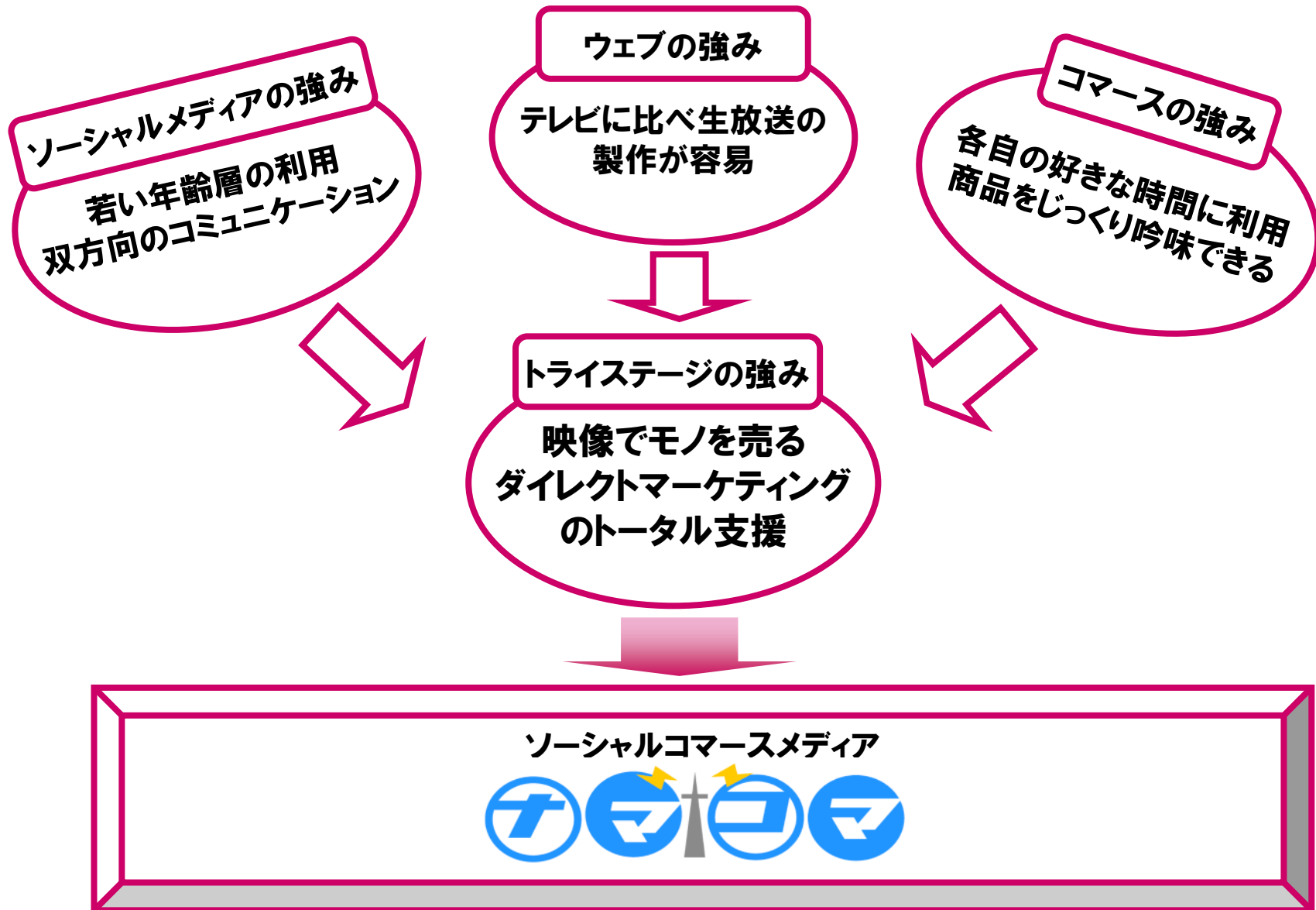
## SNS市場

SNS市場は引き続き急速に拡大する予測

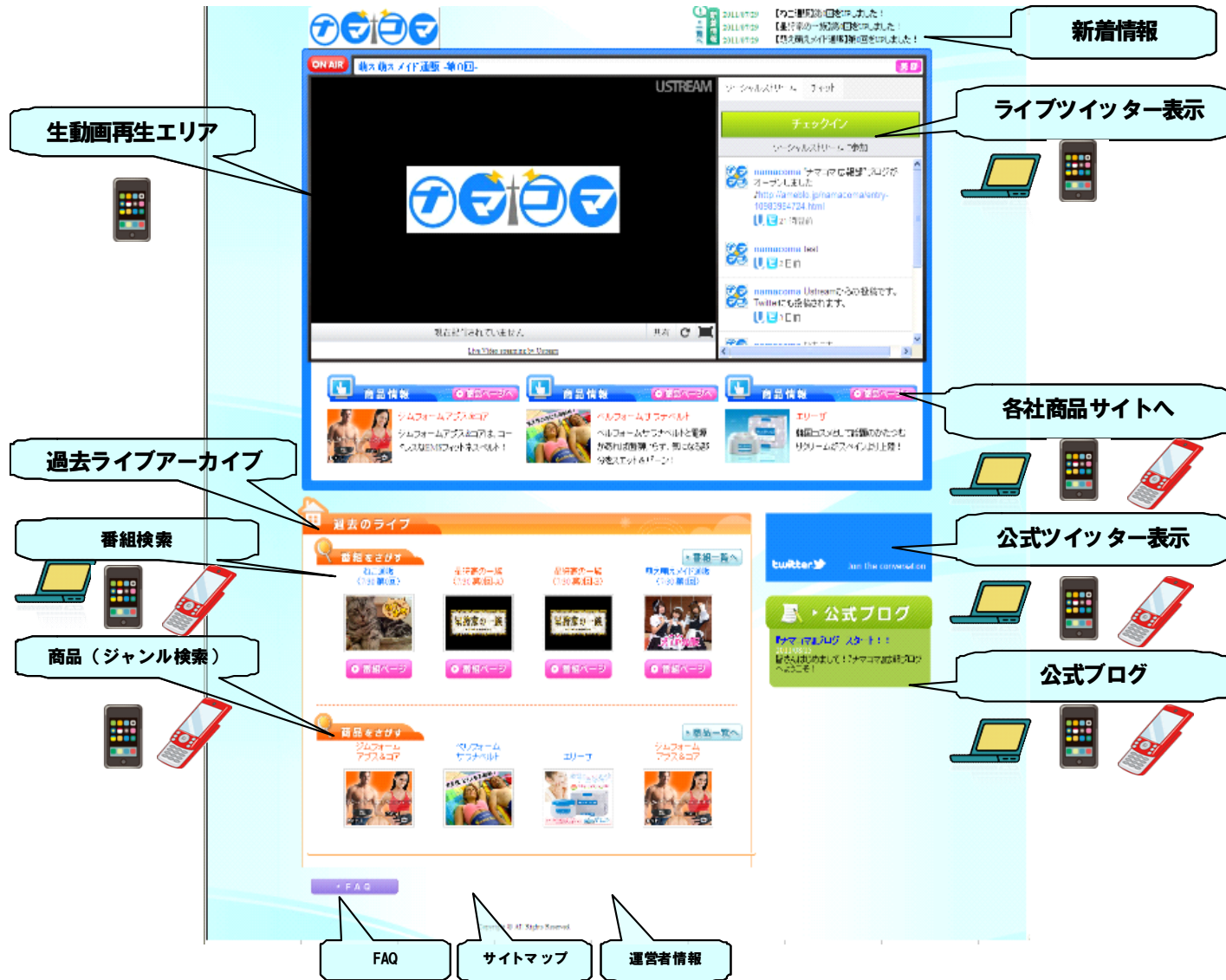


出所: 「ブログ・SNSの経済効果の推計」2009年7月  
総務省 情報通信政策研究所 調査研究部

# ナマコマの特徴



# ナマコマの仕組み



## 自己株式取得の決定

- 株主への利益還元
- 経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行及び企業価値の向上



### 自己株式取得を決定(平成23年9月30日公表)

	取得に係る事項の内容
取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	150,000株(上限) (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 1.99%)
株式の取得価額の総額	200百万円(上限)
取得する期間	平成23年10月4日～平成23年12月30日
取得する方法	市場買付

## 1章 2012年2月期第2四半期実績

## 2章 2012年2月期進捗状況及び通期見通し

## 3章 中期事業戦略及び新規事業への取組

## 参考資料

## 売上規模別顧客企業数

(単位:社)

	10/2				11/2				12/2	
	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	第1 四半期	第2 四半
2.5億円以上	7	9	10	9	9	11	11	12	10	9
1.25億円以上～2.5億円未満	4	2	3	3	6	4	5	6	6	5
0.5億円以上～1.25億円未満	8	11	9	5	8	8	7	5	8	15
その他	26	26	31	33	31	32	40	39	41	38
合計	45	48	53	50	54	55	63	62	65	67

- **設立** 2006年3月
- **本社** 東京都港区芝公園二丁目4番1号
- **代表者** CEO 妹尾 勲、COO 丸田 昭雄
- **事業内容** テレビ通信販売を中心としたダイレクトマーケティング支援事業
- **資本金** 634百万円(2011年8月末時点)
- **発行済株式数** 7,530,300株(2011年8月末時点)
- **従業員数** 105名(2011年8月末時点)

#### ダイレクトマーケティングの定義

テレビやインターネット等のメディアに電話番号やURL等のコンタクト先を明示し、電話やEメール等で消費者と**直接型・対話型のコミュニケーション**をとり**商品やサービスを販売する活動**

## 企業理念

私たちは・・・顧客の商品・サービスが消費者と正しく絆を結ぶために、  
全身全霊で課題を解決する企業として社会に貢献いたします。

## 社是

『消費者の喜びは、クライアントの喜びであり、私たちの喜び』

## 経営理念

Speedy

Going Concern

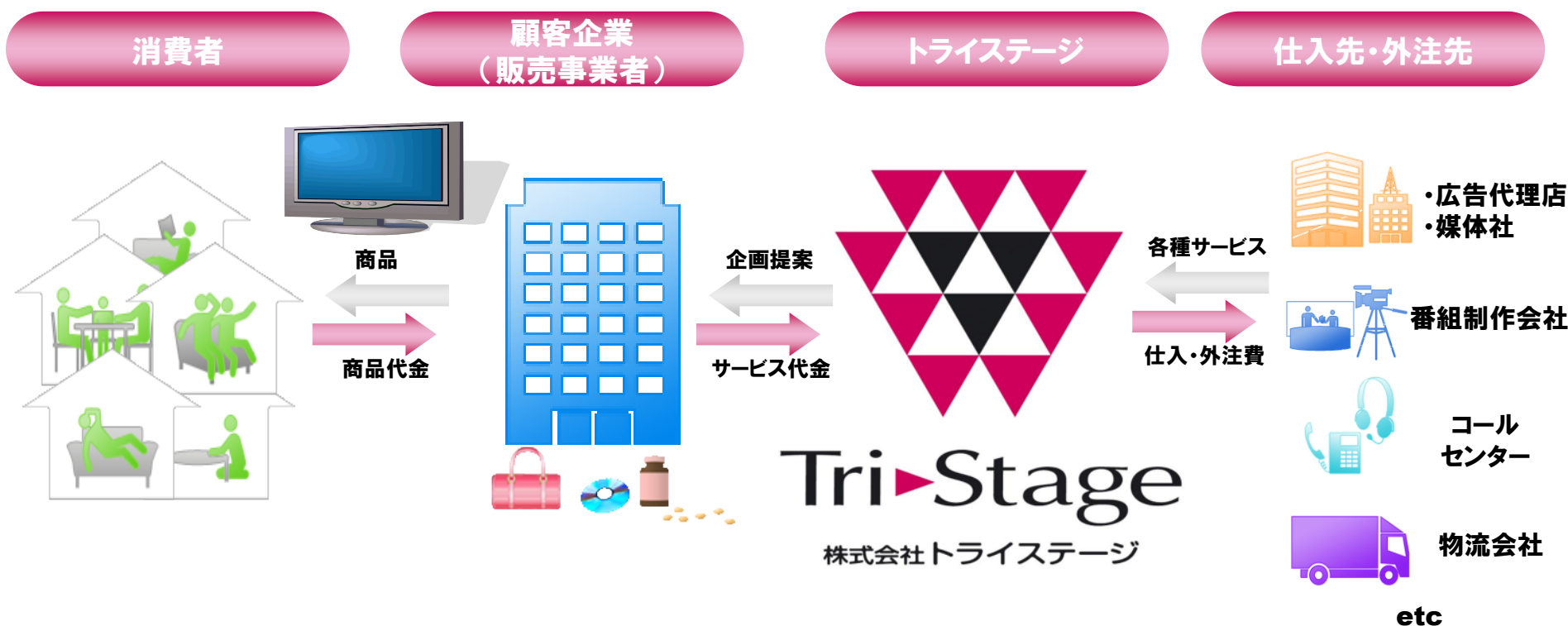
Innovation

## ダイレクトマーケティング事業に必要な多機能をトータルで提供

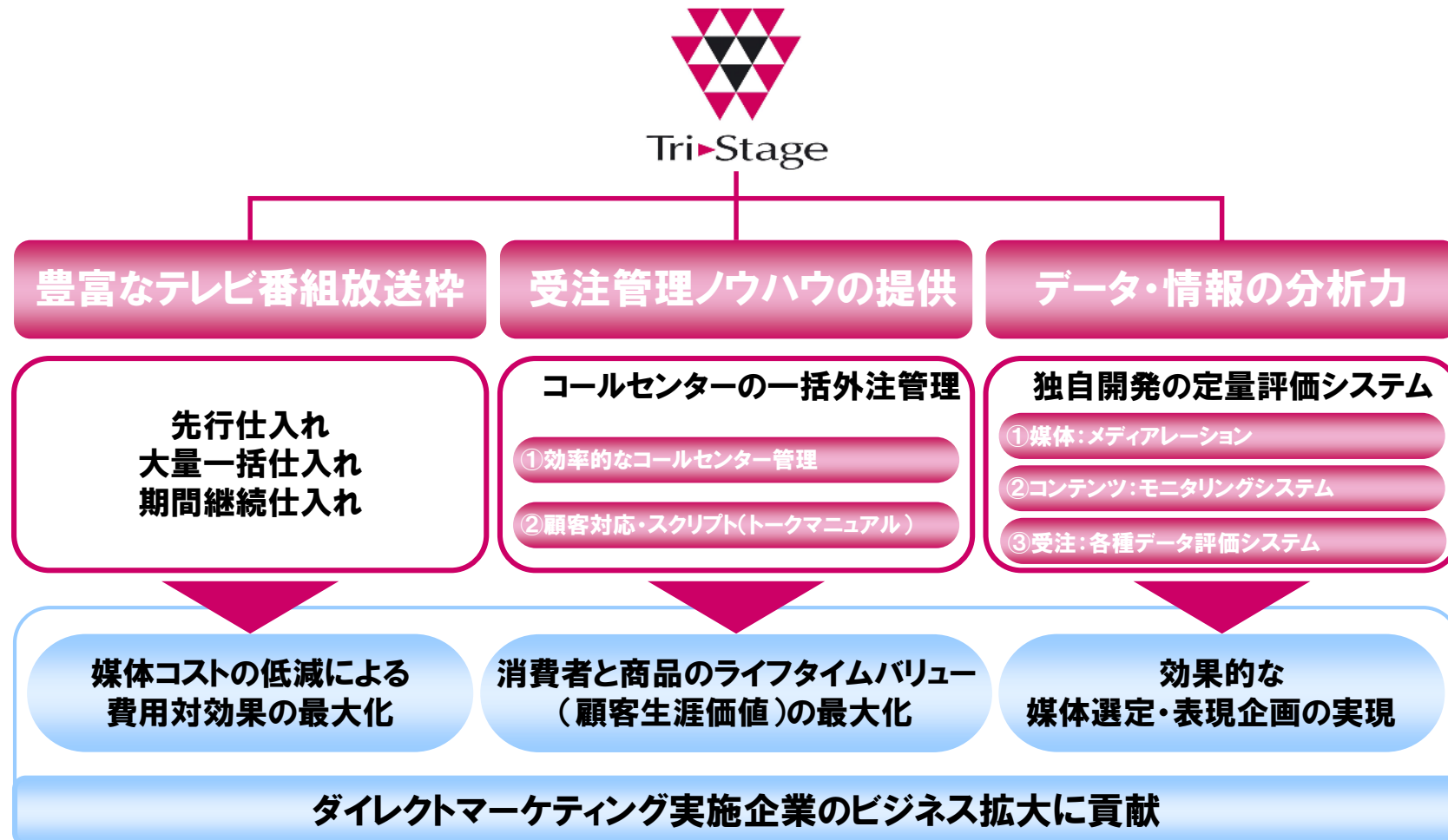


# 当社のビジネスモデル

テレビ通販に必要なサービスを仕入先・外注先から仕入・外注し  
当社独自ノウハウを加え 顧客企業のダイレクトマーケティング事業を総合的に支援



## データ分析に基づくトータルソリューションの提供



# 地上波テレビ通販の番組放送枠に対する当社シェア



当社の地上波のテレビ通販の番組放送枠の市場シェアは、30%強であり  
 他BS/CS/CMも含めテレビ通販の番組枠はまだまだあり、さらなる**シェアの拡大**は見込める

## 地上波のテレビ通販の番組放送枠

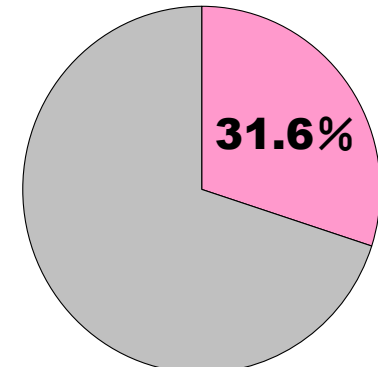
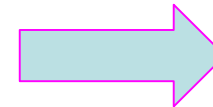
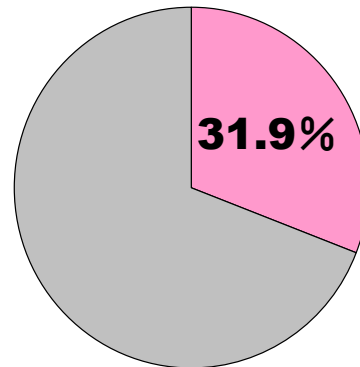
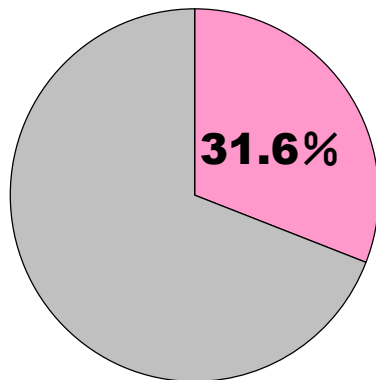
3分 4分 14分  
 29分 54分 等

■ 当社シェア      ■ 他社シェア

2010年12月末

2011年3月末

2011年6月末

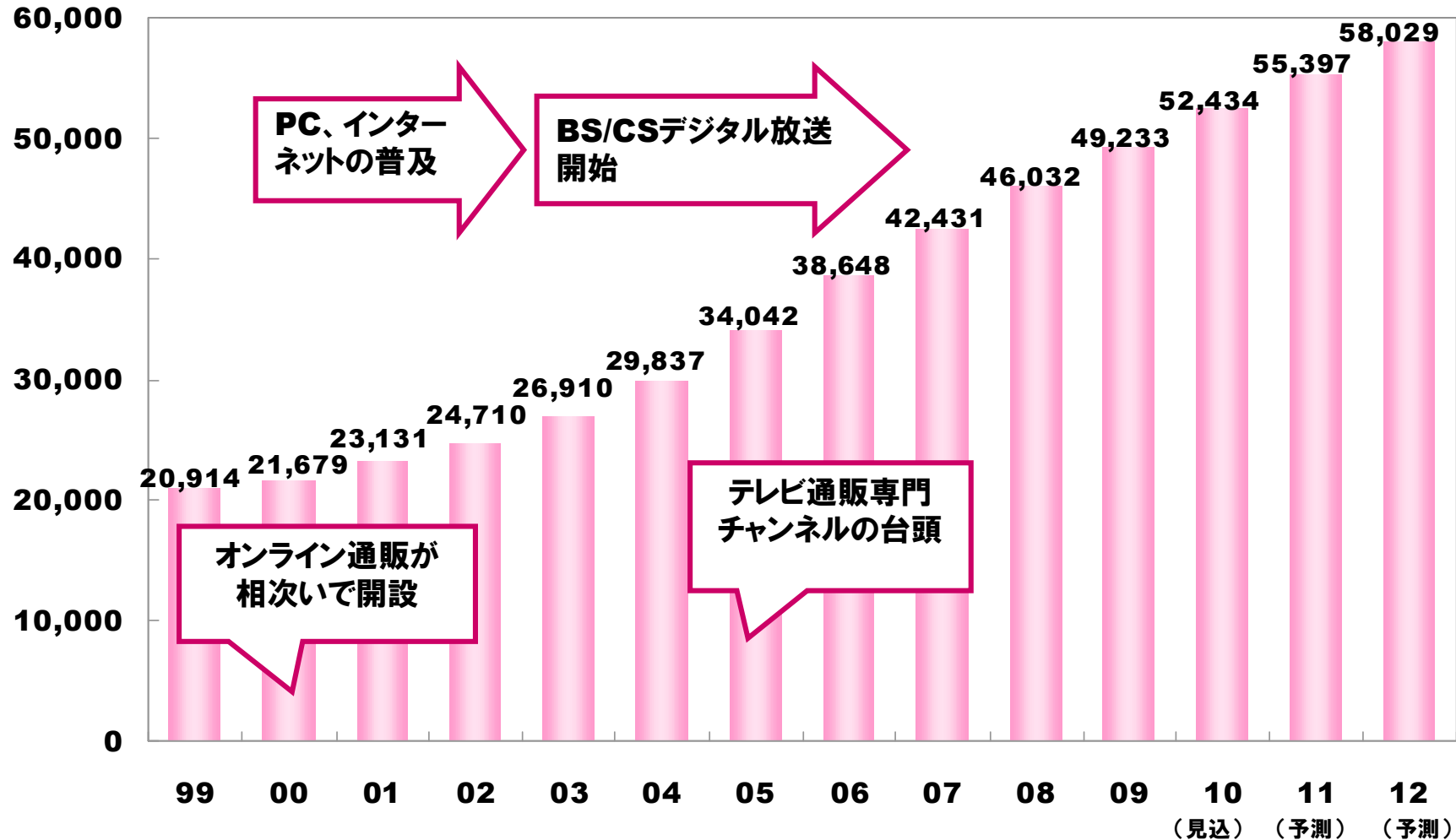


出所:当社調べ 2010年5月、8月、12月  
 の無作為3週間平均

出所:当社調べ 2010年8月、12月  
 2011年3月の無作為3週間平均

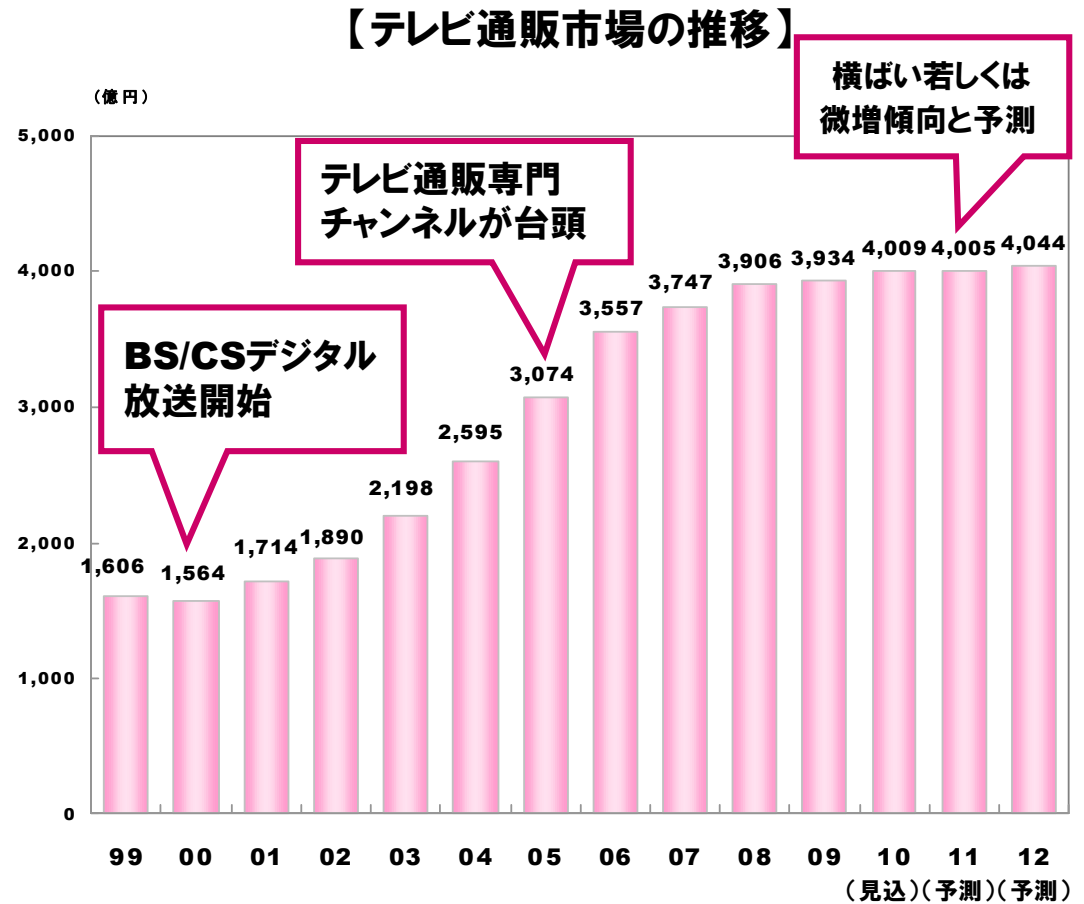
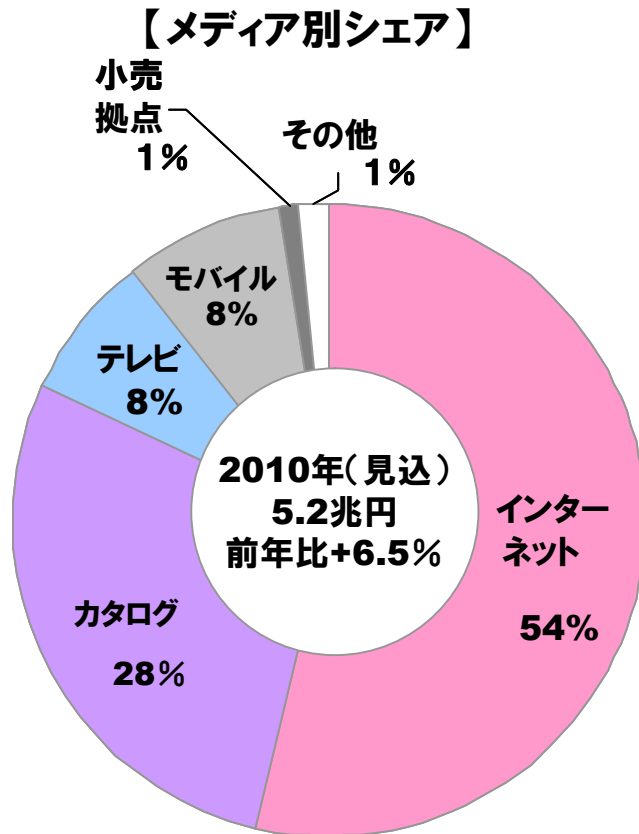
出所:当社調べ 2010年12月、2011年  
 3月、6月の無作為3週間平均

## 2011年度の通販市場(物販)は 5.5兆円を予測



出所: 「通販・e-コマースビジネスの実態と今後 2010-2011 市場編」 2010年11月 株式会社富士経済

## インターネット通販 テレビ通販 モバイル通販が売上を拡大 テレビ通販市場は堅調に推移



通販市場の成長は続くのか？

・消費者の消費行動は、屋外消費から屋内消費へとシフトしつつあり、ダイレクトマーケティング市場の成長率は鈍化傾向にあるものの、堅調に推移していくと見込まれます。

新たな競合企業が出てくる可能性は？

・現在、完全競合企業と認識し得る企業は見当りません。  
・今後については可能性は否定できないものの、当社は長年の経験に基づくノウハウを保持しており、また今後もスキルNo.1を堅持するべく切磋琢磨していくため、当社の優位性(シェア、スキル、ノウハウ、人材等)は揺るがないと考えております。

顧客企業の売上の立て方は？

・①提供サービスにより発生した費用に、顧客企業の売上等の成果に応じ販売価格を変動させ決定するもの、②提供サービスにより発生した費用に一定の手数料を上乗せて販売するもの、③顧客企業の売上に一定の料率を乗じて販売するもの、の3種類の方法があります。

クロスメディア化の推進で、業績はどのように変化するか？

・クロスメディア化のメリットは、①新たな市場、顧客の獲得による業績の拡大、②クロスセルによる売上の相乗的増加、③業績の変動リスクの低減であります。クロスメディア化により、業績の拡大とリスクの低減の両方が達成できると考えます。

今後の増員(コンサルタント)計画、投資計画(資金ニーズ)は？

・毎年積極的に新卒採用及び中途採用を行い、年齢層の平準化を図ってまいります。  
・社内システムへの投資、クロスメディア展開の推進等、事業拡大のための投資を行ってまいります。



The screenshot shows the 'IR情報' (IR Information) page of the Tri-Stage website. At the top, there is a navigation bar with links for Home, News, Services, Company Information, IR Information, and Employment Information. The main content area is titled 'IR情報' and features a large banner for '2178 トライステージ IR情報' with the text '紙芝居形式で、分かりやすくご説明いたします' (We explain in a paper show format, making it easy to understand). Below the banner, there are sections for '最新の業績' (Latest Performance) and '説明会関連資料' (Materials for Investor Meetings), listing various financial reports and documents with their respective dates and file sizes. A sidebar on the right contains a list of links for '経営方針' (Business Policy), '財務・業績' (Financials & Performance), 'IR資料室' (IR Resource Room), and '株式・株主情報' (Share & Shareholder Information). At the bottom, there is a '最新ニュース' (Latest News) section with a list of recent announcements and a search bar.

**担当** 株式会社トライステージ  
経営管理部

**所在地** 〒105-0011  
東京都港区芝公園2-4-1 B館4階

**TEL** 03-5402-4111

**URL** <http://www.tri-stage.jp/>

トライステージ

検索

検索

**本資料に記載されております当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。**

**当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接的又は間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。**